

Obsah

Místo úvodu	1
1. Vstup do problematiky – základní pojmy.....	3
Shmutí	12
2. Marketing distančního vzdělávání a jeho funkce.....	15
Shmutí	18
3. Trh vzdělávání jako základní východisko marketingu distančního vzdělávání.....	21
3.1. Charakteristika trhu vzdělávání	22
3.2. Zdroje informací pro výzkum	24
3.3. Plán výzkumu trhu vzdělávání	26
Shmutí	29
4. Model organizační a personální struktury vzdělavatelského zařízení.....	31
4.1. Organizace pracoviště	32
4.2. Informační systém	34
4.3. Prostorové vybavení	35
Shmutí	35
5. Public Relations.....	39
6. Některé manažerské techniky.....	41
6.1. Analýza SWOT	42
6.2. Brainstorming	48
6.3. Delfská metoda	50
6.4. Metoda SMART	52
6.5. Další manažerské techniky	53
Shmutí	54
Závěr	57
LITERATURA.....	59
CITÁTY - AUTOŘI.....	60
PŘÍLOHOVÁ ČÁST.....	63